

ABSTRAK

Cokro Tela Cake merupakan sebuah Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak di bidang oleh-oleh panganan khas Yogyakarta. Produk yang dijual adalah *tela cake* yang merupakan roti dengan bahan dasar Singkong. Untuk menjangkau pelanggan, *Cokro Tela Cake* pun menggunakan *Word Of Mouth Marketing* dalam melakukan kegiatan promosi. *Word of mouth marketing* adalah suatu tindakan yang dapat memberikan alasan agar semua orang lebih mudah dan lebih suka membicarakan suatu produk atau bahkan melakukan tindakan pembelian terhadap produk tersebut. *Cokro Tela Cake* dalam menjalankan strategi *Word Of Mouth Marketing* menitikberatkan pada kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada konsumen. Penelitian ini mencoba melihat bagaimana implementasi strategi *word of mouth marketing* yang dilakukan oleh *Cokro Tela Cake* dalam menjangkau pelanggan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui implementasi strategi *word of mouth marketing* yang dilakukan oleh *Cokro Tela Cake* dalam menjangkau pelanggan, untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari implementasi strategi *word of mouth marketing* yang dilakukan oleh *Cokro Tela Cake* dalam menjangkau pelanggan, dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi *word of mouth marketing* yang dilakukan oleh *Cokro Tela Cake* dalam menjangkau pelanggan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam, observasi dan studi literatur. Kredibilitas data menggunakan triangulasi data yang berupa data-data mengenai implementasi strategi *Word of Mouth Marketing Cokro Tela Cake* yang diperoleh dari narasumber yang berbeda. Dari penelitian ini dapat diperoleh hasil bahwa *Cokro Tela Cake* menggunakan semua strategi promosi yang diiringi dengan *word of mouth marketing* yang dilakukan oleh konsumen *Cokro Tela Cake*, sehingga semakin memudahkan promosi yang telah dilakukan. Selain itu juga *Cokro Tela Cake* bekerjasama dengan biro perjalanan, supir taksi, supir becak dan supir andong serta menggunakan jejaring sosial *Facebook* dan *Twitter* dalam menjalankan *word of mouth marketing*. Kesimpulannya, *Word Of Mouth Marketing Cokro Tela Cake* dapat tercipta dikarenakan mereka menjaga dengan baik kualitas produk dan layanan untuk memuaskan para konsumennya. *Word Of Mouth Marketing Cokro Tela Cake* belum menjadi pilihan utama dalam melakukan promosi. Hal ini dikarenakan, *Cokro Tela Cake* masih mengedepankan promosi penjualan sebagai strategi promosi utamanya.

ABSTACT

Cokro Tela Cake is a Small to Middle Sized Enterprise in by the comestible of Yogyakarta. The items sell are tela cake which is the basic ingredient of bread with cassava to attract customers *Cokro Tela Cake* was using word of mouth marketing in a promotion. Word of mouth marketing is an act that can giving a reason for all the people more easily and would rather talk about a product or even take action against product purchases word of mouth marketing strategy used. *Cokro Tela Cake* consists of two types name are word of mouth marketing campaign strategy as a walk alone, and word of mouth marketing is an after effect of other promotional strategies that have been executed. *Cokro Tela Cake* in running Word Of Mouth Marketing strategy focuses on quality product and good service to consumers. This study tried to see how the implementation word of mouth marketing strategy undertaken by *Cokro Tela Cake* in attracting customers. The aim of the study is to examine the implementation of word of mouth marketing strategy undertaken by *Cokro Tela Cake* in attracting customers, are to know the planning, implementation and evaluation of the implementation of word of mouth marketing strategy undertaken by *Cokro Tela Cake* in attracting customers, and to find out what only factor inhibiting the implementation of supporters and word of mouth marketing strategy undertaken by *Cokro Tela Cake* in attracting customers. This research was conducted using qualitative and descriptive research method, data collecting technique through interview, observation and literature study. The credibility of data using triangulation of data. From this research showed that *Cokro Tela Cake* using all the promotional strategy, accompanied by word of mouth marketing is done by consumers *Cokro Tela Cake*, thereby further facilitate the promotion has been done. In addition, *Cokro Tela Cake* cooperate with travel agents, taxi drivers, pedicab drivers and driver carriage and use Facebook and Twitter as social networking in carrying the word of mouth marketing. In conclusion, Word Of Mouth Marketing *Cokro Tela Cake* can be created because they maintain good quality of products and services to satisfy its customers. However, Word Of Mouth Marketing is not the top choice in doing promotions. It because, *Cokro Tela Cake* was put forward as a sales promotion campaign the first strategy.